

MEDIA & MARKET ISSUE

Vol. 308

주요 미디어 & 마켓 이슈

Media & Market issue
2020.08

Published by
Trend strategy team

nasmedia

INDEX

주요 미디어 & 마켓 트렌드

MEDIA ISSUE

- 네이버, 셀렉티브를 ‘쇼핑라이브’로 개편 ... 라이브 쇼핑 편의성 강화
- 2분기 실적으로 본 국내 주요 매체 - 네이버, 카카오
- 2분기 실적으로 본 글로벌 주요 매체 - 구글, 페이스북
- 카카오 데이터트렌드 출시 ... 포털 다음 검색어 관련 데이터 제공

MARKET ISSUE

- 네이버·카카오·토스, 테크핀(Tech-fin) 금융 서비스 영역 확장 본격화
- 2020년 OTT 경쟁 심화 ... 유저 확보를 위한 국내 플랫폼 서비스의 경쟁력 강화
- 엔터테인먼트 산업 내 유료 구독 멤버십 트렌드 확산

01

MEDIA ISSUE

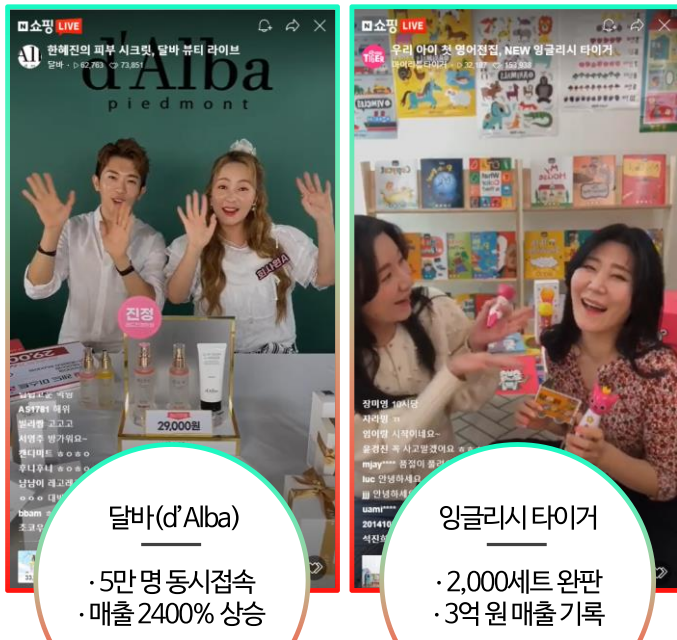
nasmedia

네이버, 셀렉티브를 ‘쇼핑라이브’로 개편 … 라이브 쇼핑 편의성 강화

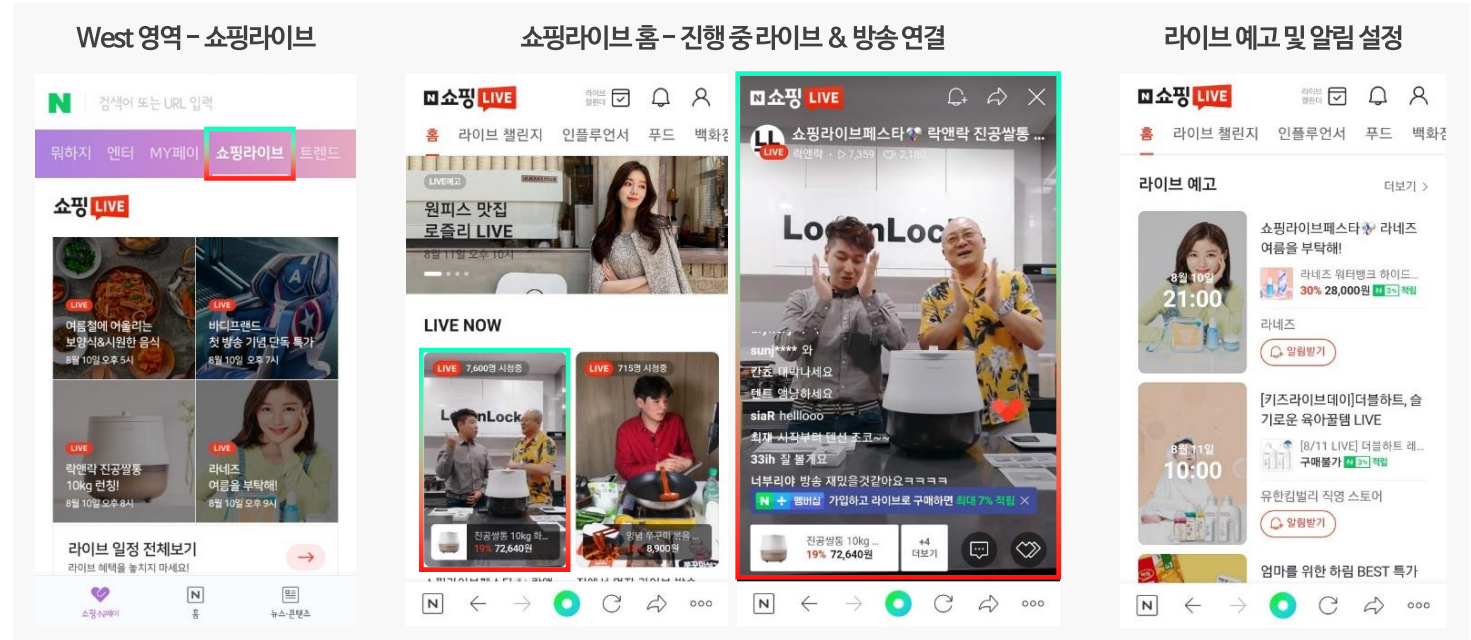
NAVER

- 네이버는 지난 3월부터 스마트스토어 입점사 대상으로 라이브 커머스 기능 제공하며 중소상공인(Small&Medium sized Enterprise)의 온라인 판매 채널 확대 지원
- 6월 기준으로 라이브 커머스 기능을 이용한 판매자 및 라이브 방송 수는 3월 대비 각 660%, 790% 증가
- 쇼핑 영역내 ‘셀렉티브’를 ‘쇼핑라이브’로 개편, 쇼핑라이브 콘텐츠 접근성 강화 및 개인화 기능 제공으로 이용자의 편리한 쇼핑 환경 제공

| 네이버 라이브 커머스 성공 사례 |



| 네이버 쇼핑라이브 주요 기능 |



* Source : 네이버, 관련 기사

2분기 실적으로 살펴본 국내 주요 매체 - 네이버, 카카오

- 2분기네이버와카카오 매출은 각 1조 9,025억 원, 9,529억 원으로, 전년 대비 각 17%, 30% 증가하며 양사 모두 역대 최대 실적 기록
- 네이버는 광고 실적 호조 및 커머스 지속 성장으로 2분기 매출 견인. 하반기는 쇼핑, 금융 등 분야를 총망라해 중소기업(SME) 지원책을 강화하고, 광고 효율 증대에 집중할 예정
- 카카오는 카카오톡 연계 커머스 및 광고 부문에서 우수한 실적 기록. 하반기는 비즈보드 광고 지면 확대 및 금융·신사업(모빌리티)·콘텐츠(특TV) 부문 확충으로 수익원 다각화 도모

| 2분기 네이버·카카오 매출 현황 |

NAVER

1조 9,025억 원 (YoY +17%)

주요 사업 부문 (비즈니스플랫폼, IT플랫폼(네이버페이 등), 콘텐츠서비스)		광고
온라인 쇼핑 수요 증가 지속: 스마트스토어 거래액 YoY +64%	웹툰 글로벌 성장 지속: 글로벌 MAU 6,400만 달성, 글로벌 거래액 YoY +57% (미국 월간 결제자수 YoY x2배)	성과형 광고 확장으로 코로나19 영향 최소화: 디스플레이 광고 YoY +5%
네이버페이 결제처 확대: 거래액 6조원 돌파 (YoY +56%)		
- 커머스: 라이브커머스, 물류 파트너십 등 SME 지원책 준비 - 페이: 쇼핑물, 식당 등 업종별 상위 결제처로 사업 영역 확대 - 금융: SME 전용 대출 상품 준비(네이버파이낸셜·올해 출시 목표) - 웹툰: 미국 중심으로 지배구조 개편해 글로벌 역량 집중 예정		성과형 광고 확대 적용, 자동입찰 고도화 및 타겟팅 강화 예정

매출

사업 부문별
주요 이슈

향후 계획

kakao

9,529억 원 (YoY +30%)

주요 사업 부문 (플랫폼 부문(특비즈, 신사업 등), 콘텐츠 부문(유료 콘텐츠 등))		광고
카카오커머스 성장 지속: 전체 거래액 YoY +57%, 톡스토어 거래액 YoY x5배	모빌리티 사업 안정적 궤도: 2Q 카카오톡 블루차량 +6,200대	전략 광고주 예산 증가 및 신규 광고주 유입으로 카카오톡 비즈보드 성장
금융 서비스 이용 증가: 펀드 투자 월 300만 건 이상	웹툰 일본 시장 내 영향력 증대: 픽코마 거래액 YoY x2.5배	
- 금융: 디지털 보험사 설립 추진, 전자문서 서비스 활성화 집중 - 모빌리티: 카카오톡 법안회원 전용 페이지 '비즈홈' 출시 예정 - 콘텐츠: 카카오톡 동영상 플랫폼 '톡TV' 출시(카카오M; 하반기)		비즈보드 노출 지면 확대, (다음, 다음웹툰, 카카오페이지) 세부 타겟팅 고도화 예정

* Source : 네이버, 카카오, 관련 기사

2분기 실적으로 살펴본 글로벌 주요 매체 - 구글, 페이스북

Google

FACEBOOK

- 2분기 구글 매출은 전년 대비 2% 감소한 383억 달러(한화 약 45조 원), 페이스북 매출은 전년 대비 11% 증가한 187억 달러(한화 22조 원) 기록
- 구글은 언택트 관련 부문(유튜브, 클라우드, 플레이)은 지속 성장했으나, 검색 및 기타 광고 집행 감소로 전체 매출 감소. 하반기는 커머스 분야에 집중해 플랫폼 영향력 확대 시도
- 페이스북은 소상공인(SMB)을 위한 다양한 기능을 출시하며 패밀리 앱 내 비즈니스 및 광고주 다수 확보. 하반기에도 시장 수요가 높은 서비스(숏폼 톨, 커머스 등)를 지속 강화할 예정

| 2분기 구글·페이스북 매출 현황(글로벌 기준) |

Google

FACEBOOK

382억 9,700만 달러(한화 약 45조 3천억 원) (YoY -2%)		매출	186억 8,700만 달러(한화 약 22조 1천억 원) (YoY +11%)	
주요 서비스 (유튜브, 구글플레이, 구글 클라우드 등)	광고 (YoY -8%)	사업 부문별 주요 이슈	주요 서비스 (페이스북 패밀리 앱)	광고 (YoY +10%)
유튜브 유료 멤버십 가입 증가 (프리미엄, 뮤직, TV) 구글플레이 이용률 성장: 전체 앱 설치 수 YoY+35%, 신규 인앱 구매자수 증가	화상회의 톨 수요 확대: 구글 미트 사용 업종 다양화 (일주일간 6억 명 이상 이용) 여행 업계 마케팅 비용 축소로 검색 광고 실적 부진, 유튜브 광고는 성장 지속: 검색 및 기타 광고 매출 YoY -10%, 유튜브 광고 매출 YoY +6%		패밀리 앱 서비스 이용자수 지속 증가: 패밀리 앱 일간 활동 유저(DAP) 약 24.7억 명 (YoY+15%) 패밀리 앱 내 비즈니스 지속 증가: 매월 패밀리 앱 톨을 이용하는 비즈니스 약 1.8억 개 이상	디지털 전환이 가속화되며 광고 매출 성장: 온라인 비즈니스 확장으로, SMB 광고주 특히 증가 (전체 활성 광고주 9백만 명 이상)
- 생산성 서비스: G스위트 앱(챗, 미트, 드라이브) 통합한 업무용 지메일 출시 예정 - 커머스: 구글 쇼핑(Buy on Google) 판매 수수료 무료 (8월 중 미국 적용, 올해 말~내년 중 글로벌 적용 예정) 서드파티 업체(페이팔, 소피파이)에 플랫폼 개방	커머스 관련 광고 상품 강화, (쇼핑 익스텐션, 스마트 쇼핑 캠페인) *유튜브TV 관련 솔루션 공개 (유튜브 셀렉트; 미국 출시)	향후 계획	- 동영상: 인스타그램 숏폼 톨 '릴스(Reels)' 출시 (미국, 인도, 프랑스, 일본 등 50개국 출시) - 커머스: 페이스북/인스타그램 샵을 통한 쇼핑 경험 고도화 메신저/왓츠앱을 통한 비즈니스 기회 확대(인도)	보이콧 영향 최소화 노력, 광고주 서포트 강화 예정

*유튜브TV: 가입형 TV 스트리밍 서비스(미국만 이용 가능) / 유튜브 셀렉트: 마케팅 니즈에 따른 맞춤형 콘텐츠 추천 솔루션

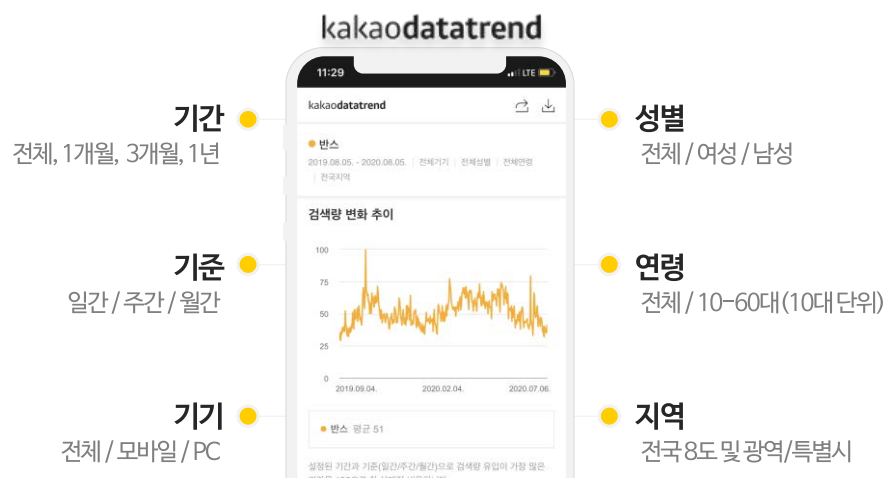
* Source : 구글, 페이스북

- 카카오는 포털 사이트 다음의 빅데이터를 이용자가 직접 살펴볼 수 있는 서비스인 ‘카카오 데이터트렌드(Kakao Data Trend)’를 7월 29일 출시
- 카카오 데이터트렌드는 다음의 통합 검색어 정보를 시간, 기기(PC·모바일), 성별, 나이, 지역 등 다양한 기준으로 데이터 확인이 가능
- 향후 포털 통합 검색어 뿐 아니라 카카오가 보유한 콘텐츠, 비즈니스 플랫폼의 빅데이터도 추가해 데이터 폭을 넓힐 예정

| 카카오 데이터트렌드 |

데이터 소스:
다음 검색 데이터

- 최대 5개 키워드까지 비교 가능
- 엑셀 파일 추출 가능



| 유사 서비스 현황 |

서비스명	네이버 - 데이터랩 NAVER DataLab.	구글 - 트렌드 Google Trends
제공 데이터	네이버 검색, N쇼핑 기반의 유저 빅데이터	구글 검색, 동영상 시청 기반의 유저 빅데이터
데이터 소스	네이버	구글
출시	2016년	2006년
주요 특징	쇼핑 인사이트 네이버 쇼핑 내 클릭 데이터 제공	전 세계 기준의 구글 검색 데이터 제공

* Source : 카카오, 관련 기사

MARKET ISSUE

네이버·카카오·토스, 테크핀(Tech-fin) 금융서비스 영역 확장 본격화

- 금융 업계 디지털 전환 가속화 및 비대면 서비스 선호 트렌드가 확산되며, 주요 테크핀 3사는 간편 결제·송금을 넘어 보험·증권 등 보다 다양한 영역으로 서비스 확대 중
- 네이버는 금융·보험사 등 협력사 제휴를 통한 구매 대행, 카카오는 은행·증권·보험 등 직접 라이선스를 확보해 독자적 금융 사업을 추진하는 전략으로 각사의 경쟁력 확보
- 간편 송금으로 모바일 금융 시장 내 점유율 및 인지도를 높인 '토스'는 하반기부터 영역 확장을 본격화해 전자지급결제·증권·인터넷전문은행 사업 추진 예정

| 테크핀(Tech-fin) 3사 하반기 주요 이슈 |

	네이버파이낸셜	카카오	비바리퍼블리카
이용자	3,000만명 (네이버페이)	3,300만명(카카오페이) 1,200만명(카카오뱅크)	1,700만명 (토스)
상반기 이슈	네이버페이 2Q 거래액 6조 원 돌파 CMA 계좌 (네이버통장) 첫 달 가입 27만 달성 (2020년 2Q) (2020년 6월)	'카카오페이증권' 설립 소액 투자 펀드 상품 출시 카카오페이 거래액 약 15조 원 (2020년 2월) (2020년 2Q)	LG유플러스 전자지급결제사업 인수 → toss payments '토스페이먼츠' 설립 (2020년 2Q)
하반기 계획	1) 'NF보험서비스' 법인 등록 (7월, 출범 시기 미정) 2) SME 전용 대출 상품 (출시 예정) : 스마트스토어 판매자 대상 중소상공인 전용 대출 3) 빠른 정산 프로그램 (도입 예정) : 기존 10일 소요되던 사업자 정산 5일 수준으로 단축	1) 독자 디지털 손해보험사 설립 준비 예비인가 신청 예정, 내년 상반기 영업 개시 예상 2) 카카오뱅크 기업공개(IPO) 추진 준비 중	1) '토스인슈어런스' 중심 보험중개업 서비스 확대 2) 토스증권 (올해 하반기 출범 예정) : 20-30대 밀레니얼의 모바일 주식거래 UX 개선 목표 3) 제3 인터넷전문은행 토스뱅크 (2021년 출범 예정) : 금융소외계층에 최적의 금융 서비스 제공 목표

* Source : 관련 기사

2020년 OTT 경쟁 심화 ... 유저 확보를 위한 국내 플랫폼 서비스의 경쟁력 강화

- IPTV 기업들은 기존 서비스에 콘텐츠를 강화하여 경쟁력 확보 중, KT는 넷플릭스를 서비스 시작하였으며, SK브로드밴드는 최신 해외 영화 콘텐츠 제공으로 유저 공략
- 국내 OTT 기업들은 '넷플릭스'와 경쟁을 위해 오리지널 콘텐츠 및 숏폼 콘텐츠를 제작하는 등 각사만의 차별화 요소 확대를 위해 노력

| 국내 주요 IPTV 및 OTT 서비스 |

IPTV		OTT		
서비스명	주요 전략 및 최근 행보	서비스명	주요 콘텐츠	주요 전략 및 최근 행보
	· 오션(ocean) 서비스 출시 해외 메이저 스튜디오의 개봉 1년내 최신영화 1만여편 시청 가능	티빙	 CJ ENM, JTBC의 드라마, 예능 콘텐츠	· CJ ENM과 JTBC의 콘텐츠 경쟁력 · CJ ENM에서 분사 후 JTBC와 통합한 신규 OTT 플랫폼 출범 예정(10월)
		시즌	 Olleh tv 콘텐츠, Seezn 오리지널 콘텐츠	· 5~10분짜리의 오리지널 숏폼 콘텐츠 제작 확대 · IPTV, 케이블TV, 위성방송 등 플랫폼을 통한 콘텐츠 유통이 가능
	· 넷플릭스(Netflix)와 제휴 '20년 8월부터 올레tv를 통해 넷플릭스 시청 가능	왓챠	 국내외 영화, 드라마	· 고객의 콘텐츠 평가데이터를 통한 콘텐츠 추천 기능 · 2020년 하반기 일본 진출 예정이며, 이후 동남아시아로 확대 예정
		웨이브	 지상파 콘텐츠, Wavve 오리지널 콘텐츠	· 지상파 3사 콘텐츠 및 오리지널 콘텐츠 지속 제작 · 2023년까지 3,000억 원 규모로 콘텐츠에 투자 예정

* Source : 관련 기사

엔터테인먼트 산업 내 유료 구독 멤버십 트렌드 확산

- 최근 유통, 식품 등 다양한 업계에서 차별화된 혜택을 제공해 충성 고객을 확보할 수 있는 유료 구독 멤버십 서비스 잇따라 출시
- 콘텐츠 제작 주체(스타, 방송사 등)에 대한 높은 충성도를 기반으로 강력한 구매력을 자랑하는 엔터테인먼트 산업 역시 다양한 형태의 유료 멤버십을 내놓고 있음

* 높은 충성도·구매력이 특징인 연예인/아이돌 팬덤 타겟이 더 궁금하다면? [여기](#) 를 클릭해주세요!

| 유료 구독 멤버십 서비스 사례 |

	Youtube - 채널 멤버십	LIVE - 팬십(FANSHIP)	FLO - 아티스트앰플로 (Artist&FLO)	Lysn - 디어유 버블(DearU bubble)
사업자	구글	네이버	드림어스컴퍼니(SKT)	디어유(SM 엔터테인먼트)
서비스 요약	전용 커뮤니티 게시물, 전용 동영상 콘텐츠, 실시간 스트리밍, 채팅 등 독점 혜택 제공	아티스트 공식 팬클럽 서비스로, 스페셜 콘텐츠, 콘서트 선예매 등 독점 혜택 제공	아티스트 별 커스텀된 음악 스트리밍 서비스, 전용 콘텐츠 및 한정판 굿즈 제공	원하는 아티스트가 직접 작성한 프라이빗 메시지 수신 가능
이용료	멤버십 등급별 상이 (1개월 단위로 구매)	아티스트별, 기간별 가격 상이	35,700원/3개월 (아티스트 멤버십+올인원 무제한 듣기 3개월)	1인권 4,500원/1개월 (최대 14인권까지 제공, 가격 상이)

* Source : 관련 기사

이달의단신 소식

구분	이슈
네이버 카카오	• 네이버 '쇼핑 검색광고' 1.5배 늘린다 : 7월 15일부터 PC와 모바일 쇼핑 검색에 뜨는 광고 개수를 4~8개에서 6~12개로 늘려 수익 창출 확대 시도 • 네이버, 주요 뉴스 요약해 읽어주는 '보이스 뉴스' 서비스 출시 : 지속적으로 오디오 콘텐츠를 확충하고 있는 가운데, 기존 네이버 뉴스 본문 페이지의 '본문 듣기'와 '요약봇'을 조합해 서비스 출시 • 카카오, 8월 초 '비즈보드' 게재 지면 확대한다 : 현재 카카오톡 대화 목록에만 노출되던 비즈보드 광고를 모바일 다음과 카카오페이지, 다음 웹툰에도 삽입 예정 • 카카오, 클라우드 시장 본격 진출... 하반기 플랫폼 출시 : 하반기 기업용 클라우드 솔루션 플랫폼 '카카오i 클라우드' 출시 예정
구글 페이스북	• 유튜브, 투명성 강화를 위한 '유튜브 작동의 원리' 페이지 공개 : 투명성 강화를 위해 '유튜브 작동의 원리' 웹사이트 개설, 저작권 보호·수익창출 정책을 비롯해 유튜브 콘텐츠 운영 기준 총망라해 제공 • 인스타그램, 미국 시장 포함 50여 개 국가에 '릴스' 출시 : 틱톡과 유사한 15초 내외의 짧은 동영상 공유 플랫폼 '릴스' 출시, 틱톡의 빈자리를 대체할 수 있을지 여부 관심 • 페이스북, '공식 뮤직비디오' 서비스 준비 : 아티스트가 공식 등록한 뮤직비디오 영상을 자동으로 게재하는 서비스로, 우선 미국에서 먼저 선보인 후 적용 대상 지역 확대할 전망
동영상	• KT, 올레tv에서 8월부터 '넷플릭스' 서비스 제공 : 넷플릭스와 제휴를 맺고 8월 3일부터 올레 tv에서 넷플릭스 서비스 제공, 자사 OTT 플랫폼인 시즌과는 상호 보완 관계로 지속 서비스 강화할 예정 • 넷플릭스 또 약진... 2분기 구독자 1천만 명 유치 : 지난 2분기 신규 유료 구독자 1천9만 명으로 당초 예상치인 826만 명을 크게 웃돌았으며, 1분기에 이어 2개 분기 연속 신규 가입자 1천만 명 돌파 • 쿠팡, 싱가포르 OTT 서비스 '훅' 인수... 미디어 커머스 경쟁력 강화하나 : 싱가포르 기반 동남아 동영상 스트리밍 서비스 '훅디지털(Hooq Digital)' 인수, 미디어 커머스 경쟁력을 내재화하는 데 초점
온라인 매체 소식	• 네이버·카카오·네이트 모두 스포츠뉴스 댓글 잠정 중단 : 스포츠 선수도 연예인처럼 악성 댓글에 고통받는 경우가 많다는 사실이 드러나면서 연예 뉴스에 이어 스포츠 뉴스 댓글 서비스도 잠정 중단

나스리프트를 통해 배포된 다양한 보고서는
나스미디어 홈페이지에서도 확인하실 수 있습니다.

[홈페이지에서 확인하기](#)